LA TRIBUNE N° 128 - Janvier-Février 2004

Voyage Dica : évasions mexicaines page 15 à 17

La Tribune

www.la-dica.com

Magazine bimestriel de la DICA Janvier - Février 2004 - N° 128

L'ENQUÊTE

Camping-cars d'occasion : une question d'image

PODIUM

Everlog : un partenaire pour mieux gérer

MOBIL-HOMES

IRM Entretien avec Jean Tessier

LA LETTRE DE La Tribune

- *Fiscale*
  Acquisitions intracommunautaires de VDL : visa du certificat fiscal
- *Sociale*
  - "Lundi de Pentecôte"
  - Départ anticipé à la retraite
- *Commerciale*
  Questions sur les vices cachés
- *Repères, chiffres clés, grille de salaires*

EDITO

Feu orange...

Certes, l'Allemagne est en crise et traverse une période de récession économique. Mais la baisse du marché du véhicule de loisirs, et principalement celle du camping-car (– 9,1 % en octobre) ne doit pas nous laisser complètement indifférents et surtout pas nous réjouir. Elle nous permet, certes, de fanfaronner parfois en nous affirmant comme le numéro 1 du camping-car – en oubliant les immatriculations des loueurs – mais elle cache peut-être un prochain revers pour le marché hexagonal. Plus d'un concessionnaire aura remarqué que la fin de l'année a été plutôt calme sur les parcs (mais pas forcément dans les ateliers...).

Quant aux chiffres, ils ne sont pas aussi florissants qu'il y paraît de prime abord. Bien sûr, les immatriculations restent orientées à la hausse et réaliser un 9 % de progression annuelle quand le grand frère automobile est en repli de près de 7 % relève de la performance et pourrait même encore susciter des vocations dans notre secteur d'activité. Mais si l'on observe de près le fameux chiffre des 17 000 immatriculations, on constate que depuis le mois de mai, il n'évolue quasiment plus ! Il y avait 17 310 camping-cars immatriculés à la fin mai 2003 sur les douze mois précédents.

Six mois plus tard, le marché est à ... 17 372 unités !

Tout cela signifie que les très fortes progressions du premier semestre 2003 ont tendance à gonfler les chiffres. Si le printemps n'est pas bon, la progression du chiffre des immatriculations va fortement chuter !

Donner dans la catastrophisme n'est pas d'actualité dans un secteur qui a connu une telle progression en quelques saisons, progression confortée par l'essor des ventes de résidences mobiles et l'existence d'un marché de la caravane toujours attractif pour ceux qui savent le travailler, permettant ainsi au monde de la distribution d'investir massivement dans la présentation des concessions et la qualité des ateliers. Mais pour quelques observateurs et experts avisés, le feu vert est en train de passer à l'orange.

Sur un créneau où les trois-quarts des ventes sont réalisées moyennant une reprise, il faut se montrer vigilant, à la fois sur notre professionnalisme et nos capacités à satisfaire l'usager d'un véhicule de loisirs mais aussi à soutenir toutes les actions qui permettront une meilleure utilisation du produit. La sortie du guide l'Afit, véritable mode d'emploi du camping-car à destination des collectivités locales et des municipalités est un événement qui va dans le bon sens. Notre attention soutenue quant à l'image véhiculée par le camping-cariste, notre capacité d'écoute du client et nos relations apaisées avec nos fournisseurs sont autant de points à privilégier en 2004, année que nous vous souhaitons prospère et heureuse pour vous et vos proches.

Le Comité de rédaction

❶ *De g. à d. : B. Masse, R. Martine, E. Chassagne, M. Ossart-Brousse, P. Lefebvre et invités, M. Choplin et O. Huet.*
❷ *E. Agest-Lhoro, accompagnée de S. Weissecker (Ypo Camp).*
❸ *E. Chassagne et M. Ossart-Brousse.*

COMITE DIRECTEUR

De nouveaux membres

La 1ère réunion du Comité directeur issu de l'élection de l'Assemblée générale du 29 septembre 2003 s'est tenue le 19 novembre. Deux points importants figuraient à l'ordre du jour : le changement éventuel de notre organisme collecteur de Branche, le Forco, par l'Agefos-Pme et, bien entendu, une analyse détaillée des contrats de distribution et de réparation reçus à ce jour, analyse qui a engendré la prise d'un certain nombre de décisions dont ont été aussitôt informées nos adhérents par circulaire.

Cette réunion a également permis de préciser les fonctions des Membres du Comité directeur élus pour deux ans et qui, grâce à la modification des statuts adoptée le 29 septembre, est aujourd'hui vraiment représentatif de toutes les composantes de la distribution de VDL.

Ce Comité est donc composé de : Patrick Sanz (Président), Martine Ossart-Brousse (Secrétaire Générale et représentante des « indépendants »), Eric Chassagne (Vice-Président/Trésorier et représentant du groupement Idylcar), Philippe Lefebvre et Bruno Masse (Vice-Présidents et représentant respectivement le groupement Masters et l'enseigne Narbonne) Les autres Membres sont : Guy Leneveu (enseigne Destinea), Patrick Jeanniot (groupement Ypo Camp), Monique Grisende et Rémy Martine (« indépendants »). A noter que chacun de ces neufs Membres posséde une voix lors des délibérations.

PUBLICATION

Le guide de l'AFIT est paru !

Très attendu par toute la profession pour assurer au marché du camping-car une reconnaissance durable auprès des services publics et des municipalités, le guide de l'AFIT (Association Française de l'Ingénierie Touristique) vient de paraître. Réalisé par un comité de pilotage regroupant de nombreux officiels, il propose, en 80 pages, un tour d'horizon complet sur les attentes des camping-caristes et les solutions à adopter pour l'hébergement de ces nouveaux touristes. Préfacé par Léon Bertrand, Secrétaire d'état au Tourisme, l'ouvrage est donc l'outil de référence qui permettra désormais d'apporter des réponses concrètes aux collectivités locales qui s'interrogent sur le stationnement des camping-cars. Le développement des aires de services y est prôné, ainsi que le respect d'une charte du camping-cariste. Ce guide est d'autant plus un événement que les propos qui y sont affirmés vont dans le sens d'une réelle intégration du camping-car dans le paysage touristique français. Un outil indispensable !

MOBIL-HOME

Bürstner détient 100 % de Moreva

En juillet 2002, Bürstner montrait son intérêt pour la résidence mobile en se portant acquéreur de 60 % du capital du fabricant breton Moreva. Le constructeur franco-allemand, membre du groupe Hymer, vient d'annoncer avoir repris 100 % du capital d'Euro-concept (Résidences mobiles Moreva). Le site d'Etrelles va ainsi profiter de nouveaux investissements qui permettront à court terme de porter la production de 370 à 500 mobil-homes, tout en produisant une partie des résidences Bürtsner. Le constructeur de caravanes et camping-cars entend affirmer sa présence sur ce secteur et developper ses positions sur le marché français.

MILLESIME

Rappel sur les collections

Régulièrement confrontés à des clients quelque peu perdus dans la détermination du millésime de leur camping-car, certains adhérents nous interrogent sur la définition précise de la notion de collection. Il nous a donc semblé opportun de rappeler les règles suivantes :
La réglementation excluant les châssis-cabines de la notion d'année modèle ou de millésime, les constructeurs de VDL utilisent la notion de collection. Cette dernière fait référence à la date d'immatriculation, plutôt qu'à la date de fabrication. Ainsi, tout véhicule immatriculé entre le 1er juillet 2003 et le 30 juin 2004 est une collection 2004, à la condition d'être conforme aux spécifications 2004 du constructeur. Ce principe permet de tenir compte de la spécificité de notre secteur et du décalage entre la fabrication du porteur et l'aménagement de la cellule. Un camping-car dont le châssis est fabriqué en 2003 puis carrossé en 2004 est une collection 2004 ... s'il est immatriculé avant le 30 juin 2004. Après cette date, c'est une collection 2005, à la condition express d'être strictement conforme aux modèles fabriqués après le 1er juillet 2004.

FINANCE

Trigano : une affaire qui marche

Le Groupe Trigano, leader sur le secteur, a publié récemment ses résultats financiers. Avec 655 millions d'euros pour la période 2002/2003 contre 587 millions en 2001/2002, le chiffre d'affaires est en hausse de 11,5 %. Mais c'est surtout la rentabilité de l'entreprise qui progresse le plus fortement, avec un bond en avant de 22,2 %, à plus de 33 milions d'euros. En dépit d'une conjoncture économique morose, Trigano a donc poursuivi sa croissance, porté par l'activité VDL et surtout le camping-car. La progression du groupe est manifeste à l'export où les ventes représentent désormais 45,4 % du chiffre d'affaires consolidé. Par ailleurs, les actionnaires ont tout lieu d'être satisfaits ... l'action ayant quasiment doublé depuis le mois d'avril dernier !

VITE !

- **Narbonne Accessoires** ouvre deux nouveaux magasins en Isère (Grenoble) et en Maine-et-Loire (Angers). Sur les deux sites, on trouvera des surfaces de vente d'environ 500m² et un atelier de réparation et de pose d'accessoires.

- **La traditionnelle Foire de Paris fêtera cette année ses 100 ans.** L'exposition se déroulera du 30 avril au 13 mai 2004 à la porte de Versailles. Un espace baptisé "Cap plein air" (hall 6) rassemblera des exposants venus d'horizons divers mais aussi du véhicule de loisirs puisqu'on pourra y découvrir des tentes, caravanes, camping-cars et résidences mobiles.

- Pour réussir son implantation en France, la marque **Home car/Delta** étend son réseau avec quatre nouveaux concessionnaires : Micann Loisirs Evasion, à Auray (56), Cabal Caravanes à Carcagny (14), Centre Touraine Caravane à Monnaie (37) et Louviers Plein air, à Louviers (27).

La question du mois

Que pèse sur le plan européen le marché français du camping-car ?

Avec 27 % du total des ventes réalisées en Europe l'an dernier, la France occupe une position enviable sur un marché du camping-car qui a frôlé les 65 000 immatriculations.

SOMMAIRE N° 128

L'actualité de la profession	p.2/4
L'enquête : Camping-cars d'occasion, une question d'image	p.6/9
La lettre de *La Tribune*	p.11/13
Repères, chiffres clés, grille des salaires, vacances scolaires	p.14
Voyage Dica : Evasions mexicaines	p.15/17
Podium : Everlog, un partenaire pour mieux gérer	p.18/19
Mobil-homes : IRM. Entretien avec Jean Tessier	p.20/21
Tableau de bord	p.22

COTE DE L'OCCASION

Introduction des collections 2003

La nouvelle édition de la cote officielle de l'occasion (janvier/avril 2004) intègre la collection 2003 caravanes et camping-cars et voit aussi l'introduction de quelques nouvelles marques apparues ces derniers mois. Par ailleurs, et à la demande de nombreux distributeurs, la colonne "valeur de reprise" a été supprimée.

Au vu de la réalité du marché, qui peut aujourd'hui reprendre un camping-car 15 % en dessous de sa valeur estimée, alors que la plupart des transactions s'effectuent assez nettement au-dessus des valeurs de revente ?

La déduction de 15 % forfaitaire pour frais professionnels pourra toujours être calculée en cas de besoin et cette évolution permet aussi à la cote DICA d'offrir une meilleure lisibilité. Enfin, il n'est pas inutile de rappeler que la commission occasion qui se réunit trois fois l'an (à Bordeaux et Paris) reste ouverte à tous les distributeurs qui souhaitent y participer. Aux côtés de nos permanents, des Editions Larivière qui assurent la réalisation technique de la cote et des experts agréés auprès des compagnies d'assurance, la présence de concessionnaires venus de toute la France est un gage de sérieux et d'impartialité. Manifestez votre intérêt pour ces estimations et n'hésitez pas à rejoindre la commission occasion, à l'occasion d'une journée de travail toujours passionnante.

LE POINT

Finalion, Sofinco et Viaxel

Le rapprochement des deux géants de la banque, Crédit Agricole et Crédit Lyonnais, reste l'un des grands événements du monde des affaires en 2003. Il entraîne de profondes restructurations qui vont également toucher leurs diverses filiales de crédit à la consommation. Ainsi, Sofinco et Viaxel vont fusionner avec Finalion tout en préservant leurs marques respectives. De nombreuses questions restent en suspens, notamment sur le plan social et la profession reste à l'écoute des décisions qui seront prises dans les prochaines semaines. Dans ce contexte, Alain Dreyfus, Pdg de Finalion, accordera à *La Tribune* une interview de mise au point dans notre prochaine édition à paraître début mars 2004.

la dica vous présente ses meilleurs vœux et vous souhaite une heureuse année 2004

CALENDRIER

Salons de printemps … et d'automne

Moins de manifestations au printemps qu'en automne du côté des véhicules de loisirs mais des rendez-vous qui comptent néanmoins pour certains distributeurs régionaux comme le salon des vacances et des loisirs de Caen (30 janvier au 9 février), le salon du tourisme, des loisirs et des idées de week-end à Tours (14 et 15 février), la Foire expo du Mans (12 au 14 mars), le salon des véhicules de loisirs au parc des expositions de Bordeaux (15 au 24 mai).

Par ailleurs, le salon du Bourget qui a enregistré selon ses organisateurs 139 634 entrées (visiteurs particuliers mais aussi professionnels) en 2003 se déroulera cette fois du 25 septembre au 3 octobre. Il ouvrira ses portes en même temps que le Mondial de l'Automobile, à la porte de Versailles. Ce dernier ne fermant, quant à lui, que le 10 octobre. Notez d'ores et déjà que les salons de Lille, Douai et Bordeaux sont prévus respectivement du 18 au 26 octobre, 23 octobre au 1er novembre et du 5 au 14 novembre.

MARCHES

Le VDL français s'exporte bien

Au premier semestre 2003, les véhicules de loisirs destinés aux marchés à l'export ont enregistré une belle progression. La caravane fait une percée de plus de 12 % avec près de 8 500 unités et le camping-car un vrai bond en avant puisque les ventes s'élèvent à 2 253 unités, soit une hausse de près de 45 %. Les importations demeurent importantes malgré un fléchissement dans tous les secteurs mais l'on importe moins de caravanes que l'on en exporte, à la différence du camping-car où l'on observe un différentiel de plus de mille véhicules en faveur des importations.

CARAVANES

Hobby, toujours n° 1 en Allemagne

Si le marché français de la caravane reste dominée par des marques nationales, les Allemands font encore plus forts en trustant les 10 premières places du hit-parade des plus fortes immatriculations avec … plus de 90 % de parts de marché !

En tête pour la saison 2002/2003, on trouve toujours Hobby, avec près de 5 000 modèles et 21,6 % du marché d'outre-Rhin, devant Knaus (15,8 %), Fendt (11,1 %) et Bürstner (9,7 %). La plus belle progression est à mettre au crédit de Fendt dont les ventes ont augmenté de 16,6 %.

(Communiqué)

Filhet-Allard & Cie
SOCIETE DE COURTAGE D'ASSURANCES

partenaire de la dica

8ème groupe français de courtage d'assurances
en matière de risques d'entreprise et professionnels
360 collaborateurs

vous propose une **assurance multirisques adaptée à vos métiers :**

- **Dommages causés aux bâtiments, matériel, marchandises et pertes d'exploitation consécutives**
- **Responsabilité civile professionnelle**
- **Risques automobiles (dommages causés et subis par les véhicules en circulation)**
- **Grêle sur les véhicules en plein air**

Pour obtenir une étude complète et personnalisée,
contactez Franck BOUTET ou Cécile BONNAUD
au 05.56.34.65.38 - fboutet@filhetallard.com - cbonnaud@filhetallard.com

Filhet-Allard & Cie
Siège Social : rue Cervantès – Mérignac – 33735 BORDEAUX cedex 9. Tél : 05.56.34.65.00
Bureaux Paris : 62, rue de Miromesnil – 75008 PARIS. Tél : 01.53.93.32.32
www.filhetallard.com

Camping-cars d'occasion :

Près de 75 % des ventes de camping-cars neufs se font, en moyenne, avec reprises. Ce qui revient à dire que seulement un quart des acheteurs sont des clients nouveaux de véhicules de loisirs. La vente de VO représente ainsi une activité majeure pour les concessionnaires, une activité qui pèse pour beaucoup dans leur chiffre d'affaires. Donc, à ne pas négliger. Nettoyer, réviser, valoriser le parc d'occasion pour lui donner une image positive, être très sélectif sur les reprises, quitte à perdre une vente, ne pas hésiter à garantir les véhicules... la vente de véhicules d'occasion ne s'improvise pas. Panorama des us et coutumes de la vente "d'occase" !

"*Je préfère perdre un client que de garder le bénéfice sur les étagères. En résumé, je ne prends plus de vieilleries*". Le terme est fort mais explicite en même temps. Patrick Lhome qui a vendu soixante-quatre camping-cars neufs en 2003 pour trente six véhicules d'occasion, est devenu très sélectif avec le temps lorsqu'il s'agit d'effectuer une reprise. Il ne veut plus de ces camping-cars hors d'âge, qui à l'inverse du bon vin, périclite avec le temps. "*J'ai encore une reprise faite il y deux ans sur les bras, et je n'arrive pas à m'en débarrasser. C'est sûr, nous finirons par la vendre mais en perdant 3 à 4 000 euros, sans compter l'espace et le temps perdus*". A l'instar de ses confrères, Patrick Lhome ne veut plus s'embarrasser des véhicules par trop obsolètes et démodés. A l'évidence, un parc de véhicules d'occasion vieillissants n'est pas très bon pour l'image de la concession. Mieux vaut donc faire des choix !

Eviter les trop vieux camping-cars qui mettent à mal la notoriété de l'entreprise

Quels sont donc les camping-cars qui n'ont plus droit de cité sur les parcs des concessionnaires ? Les véhicules essence ou les fourgons non homologués sont derechef éliminés. Les camping-cars très anciens aux intérieurs ternis et éculés dont tous les tissus et l'agencement sont à refaire n'ont plus guère de chance de séduire les concessionnaires. De même,

une question d'image

" La tendance, sur le marché de l'occasion, est à la reprise de véhicules assez récents ".

François Guian, Mistral Camping-car

les clients n'acceptent plus aujourd'hui de mettre 15 000 euros pour des camping-cars dépourvus de turbo ou de direction assistée. De fait, les concessionnaires les refusent de plus en plus. Car, il est vrai qu'en quelques années, les châssis des véhicules de loisirs ont terriblement évolué tout comme d'ailleurs les motorisations diesel notamment grâce à la technologie common rail qui apporte puissance, souplesse et surtout maîtrise des consommations. Les camping-cars de plus de cinq ans ont donc pris un sérieux coup de vieux avec l'éclosion de ces nouvelles versions. Ce qui fait dire à certains concessionnaires qu'ils évitent le dépôt-vente, de peur de voir leur parc dévalué et mettre ainsi à mal la notoriété de leur concession. Cela dit, même s'ils demeurent très sélectifs sur les reprises, les concessionnaires sont moins regardant que pour les véhicules qui concernent le dépôt-vente. *"Nous sommes moins difficile avec les reprises,* avoue François Guian, de Mistral Camping-car. *Il est évident que nous effectuons moins de tri car nous savons que derrière, il y a une vente. Nous sommes, il est vrai, parfois un peu contraints et forcés. Cependant, et heureusement, la tendance, sur le marché de l'occasion, est à la reprise de véhicules assez récents".*

Pas assez de temps pour préparer les VO

Le marché a effectivement explosé ces cinq dernières années, rajeunissant de manière assez conséquente l'âge moyen du parc des camping-cars. *"Plus ils sont propres et beaux, plus ils partent vite",* ajoute ce distributeur du sud de la France qui regrette tout de même ne pas avoir suffisamment de temps pour préparer ses véhicules d'occasion. *"Nous faisons le maximum, mais j'estime, en perfectionniste que je suis, que nos véhicules ne sont pas encore assez préparés. Nos ateliers sont débordés par le service après-vente et les opérations sur garanties qui ont presque triplé en cinq ans. On délaisse, hélas, un peu l'occasion".* Un crève-cœur, surtout lorsque l'on sait par exemple que le marché occasion – cent dix véhicules dont soixante reprises vendus par an contre quelques quatre-vingt véhicules neufs – représente plus de la moitié du chiffre d'affaires de la société de François Guian.

Justement, pour se contraindre à valoriser ses parcs de véhicules d'occasion, Bruno Masse essaie, petit à petit, de mettre en place des standards de préparation pour les VO. *"C'est une histoire de volonté,* confie-t-il. *En fonction de l'ancienneté du camping-car, nous sommes en train d'élaborer des normes de préparation et de garantie qui seront identiques dans toutes les concessions, et sur lesquelles, nous n'aurons pas à revenir sans cesse".* Une sorte de charte de qualité qui pourrait être un vade-mecum des travaux et vérifications à réaliser avant de mettre le véhicule en parc. Une façon de professionnaliser cet important marché de l'occasion, avec des procédés issus de la distribution à grande échelle, une démarche habituelle pour Bruno Masse, à bonne école avec Narbonne Accessoires.

Occasion bien préparée, plus facile à revendre...

L'occasion, un tremplin vers le neuf pour le client

Les groupements appliquent également ce genre de démarches qualitatives. C'est le cas des Masters par exemple qui ont mis en place une charte

Quid de la caravane occasion ?

Si les revendeurs de caravanes se font rares, ils ne sont pas nombreux à se plaindre des transactions opérées sur les modèles d'occasion. Ce marché est, à les écouter, encore en bonne santé et leurs remarques vont toutes dans le même sens. *"Sur le marché occasion, en caravane, tout se vend. Pas de moteur, pas d'après-vente, cette activité est plaisante et pas réellement compliquée",* lance un spécialiste des Alpes-Maritimes. Alors que le marché du neuf ne cesse de s'étioler, le marché occasion suit la tendance et s'amenuise d'année en année et si les reprises se font plus rares, le dépôt-vente en caravane demeure plus important que celui du camping-car en volume. *"C'est un peu dommage car une petite demande persiste sur ce secteur d'activité très sympathique",* conclut un concessionnaire parisien.

" Sur le plan mécanique, nous révisons ainsi tout systématiquement en nous appuyant sur l'expertise du contrôle technique. La partie habitat est également passée au peigne fin."

Gilbert Favre, Masters Annecy

générale pour les véhicules d'occasion. *"Cela nous permet d'assurer une remise en état avant la vente très performante et, qui plus est, homogène, entre chaque membre du groupement. Sur le plan mécanique, nous révisons ainsi tout systématiquement en nous appuyant sur l'expertise du contrôle technique. La partie habitat est également passée au peigne fin"*, indique Gilbert Favre. Et le sérieux de la démarche porte parfois ses fruits. Il n'est pas rare qu'un client satisfait de son véhicule d'occasion en rachète un neuf, seulement un ou deux ans après une acquisition de véhicule de seconde main. *"J'ai même l'exemple d'un client qui a acheté un véhicule d'occasion au printemps dernier et qui a pu tester le style de vie en camping-car durant la belle saison. Ravi de l'expérience et de la qualité du produit, il vient d'en acheter un neuf en décembre"*. L'occasion de qualité, c'est assurément une étape vers le neuf !

Pour attirer le chaland tenté par un camping-car d'occasion et surtout le mettre en confiance, les concessionnaires n'hésitent d'ailleurs pas à garantir leurs produits. En fonction du kilométrage et de l'ancienneté, les garanties que propose Gilbert Favre s'échelonnent entre six et trente-six mois et s'adaptent au plus près des risques. *"Nous nous réassurons auprès d'une compagnie,* explique Gilbert Favre. *Jusqu'à aujourd'hui, les assurances ont bien couvert les dommages. Sans problème !"*

La garantie peut coûter une boîte ou un moteur mais elle est nécessaire

D'autres concessionnaires dont font partie Bruno Masse et Patrick Lhome prennent en charge eux-mêmes les garanties sur les camping-cars d'occasion. Patrick Lhome trouve les assurances par trop restrictives dans leur offre. Quant à Bruno Masse, il estime lui aussi que les compagnies ont tendance à trop tirer sur la corde avec souvent pour conséquence un client qui pâtit de la situation. *"En sous-traitant la garantie, le client risque de ne pas être gagnant, tout comme nous, concessionnaires, d'ailleurs. Je préfère préserver moi-même mon client de tous les avatars qui peuvent lui arriver avec des garanties qui peuvent aller jusqu'à deux ans"*.

Les camping-cars récents à petit kilométrage trouvent très vite preneurs.

Le porteur récent, un atout pour la revente.

La garantie des véhicules d'occasion, systématisée par les groupements et de nombreux concessionnaires, est donc devenue une règle pour tous les professionnels du secteur. *"Face à la concurrence des groupements, nous avons dû nous aligner en matière de garantie,* reconnaît un indépendant installé sur la façade atlantique. *La garantie un an est aujourd'hui devenue un service minimum que nous couvrons nous-mêmes. Il est vrai que de temps à autre cela nous coûte une courroie, une boîte de vitesses ou un embrayage, un turbo et même parfois un moteur. C'est autant de manque à gagner mais le service est à ce prix là"*. La garantie représente en fait un excellent vecteur pour faire croître sa réputation. Sous-traiter ou réaliser par la concession elle-même, c'est en tous les cas une arme décisive pour doper les affaires dans le marché de l'occasion.

Rachats secs : en quête de trésorerie

Dans ce marché porteur de l'occasion, il y a les reprises, le dépôt-vente mais aussi bien sûr les rachats « secs » sur lesquels les concessionnaires peuvent réaliser de belles marges. De bonnes affaires en somme ! *"C'est vrai que je rachète certains camping-cars quand il y un bon coup à faire,* affirme François Guian. *Dans le cas d'un divorce ou d'une séparation par exemple où les clients sont souvent pressés de se débarrasser de leur camping-car, nous pouvons avoir des opportunités. Cela fait partie du métier d'acheteur, quel qu'il soit"*. L'art de flairer la bonne occase ! François Guian en rachète ainsi cinq ou six par an. Cependant, il regrette de ne pas avoir les reins assez solides mais aussi suffisamment de temps pour réaliser des rachats secs plus souvent.

Il en va tout autrement du côté de certains groupements ou de grosses concessions soucieuses de la rentabilité de leurs affaires. *"Si l'on a tendance à refuser de plus en plus de mauvaises reprises qui sont susceptibles de générer un tas de pépins potentiels et en fin de compte une cote négative, nous effectuons en revanche de plus en plus de rachats secs pour lesquels nous imposons des normes de rentabilité assez importantes, entre cinq et dix points de plus qu'un simple*

" Je préfère préserver moi-même mon client de tous les avatars qui peuvent lui arriver avec des garanties qui peuvent aller jusqu'à deux ans ".

Bruno Masse

La soute-garage, très recherchée sur le marché de l'occasion.

dépôt-vente. Normal, nous portons toute la trésorerie qui est devenue aujourd'hui le nerf de la guerre", n'hésite pas à affirmer Bruno Masse qui rachète environ 20 % des camping-cars qui intègrent ses concessions en dépôt-vente. Voilà un négoce pur et dur qui demande un brin de savoir-faire et qui peut rapporter gros !

La cote a le mérite d'exister

Et enfin, que serait aujourd'hui, le marché de l'occasion sans "la cote" ? Un capharnaüm hétérogène sans doute. Mais la plupart des concessionnaires et vendeurs interrogés lui rendent grâce : *"Au moins la cote a le mérite d'exister,* insistent-t-ils. *Même si elle n'est pas parfaite, elle demeure en fait très importante. Elle permet de canaliser le marché et d'harmoniser les tarifs pratiqués par les professionnels"*, réplique un distributeur de l'Ile-de-France. Même si elle apparaît largement sous-évaluée, la cote sert de base pour le marché. Les concessionnaires travaillent néanmoins bien entendu avec des valeurs supérieures à celles indiquées par la cote officielle. *"Il est certain que les clients n'accepteraient pas une vente basée sur la cote,* indique un commercial Destinea. *Nous rachetons un peu plus cher, ensuite à la revente, c'est la loi de l'offre et de la demande"*.
Certains déplorent d'ailleurs une décote excessive par rapport au marché. *"Cela pose tout de même un vrai problème,* estime François Guian. *Quand vous avez un client devant vous et que vous lui dites que, sur la cote, son camping-car de quatre ans a perdu près de 50 % de sa valeur, cela peut être choquant. Hier, par exemple, j'ai pris en dépôt-vente un véhicule de 1999 qui cotait 22 000 euros et qui valait neuf près de 40 000 euros. Nous allons le positionner sur le parc à 29 000 euros – soit plus de 30 % au-dessus de la cote –, de quoi satisfaire le client et nous laisser également une petite marge"*.
Incontournable, le marché de l'occasion est une composante capitale de l'activité des distributeurs de véhicules de loisirs. Il représente une source de revenus importante pour les sociétés et, à ce titre, se doit d'être pris en compte de manière très qualitative. Le boom du marché, qui a pour conséquence de remplir les parcs d'occasion, l'exige afin de conserver intacte l'image positive des camping-cars. L'occasion peut d'ailleurs se révéler à terme comme le juge de paix de l'activité. A soigner ! ●

" Même si elle n'est pas parfaite, la cote demeure en fait très importante. Elle permet de canaliser le marché et d'harmoniser les tarifs pratiqués par les professionnels.",
Un distributeur d'Ile-de-France

L'œil de la dica

La commercialisation des véhicules de loisirs d'occasion est un métier à part entière. Longtemps gênée par des reprises mal négociées, la profession s'organise en misant sur la qualité des parcs d'exposition, la préparation des véhicules et la "chute des cours" pour les versions antérieures à 1995. La hausse du marché du neuf qui reste d'actualité en dépit d'un tassement manifeste ces derniers mois, va rendre toujours plus attractif ce débouché du véhicule d'occasion.
Indubitablement, la prise en considération des valeurs exprimées dans la cote officielle de l'occasion permettra un assainissement des transactions et un vrai développement durable de ce marché.

LA LETTRE DE La Tribune

FISCALE

ACQUISITIONS INTRACOMMUNAUTAIRES DE VDL : VISA DU CERTIFICAT FISCAL

Le nombre de questions posées au service juridique de la DICA est révélateur de l'intérêt porté par nos adhérents sur ce sujet pointu mais néanmoins inhérent à la distribution de VDL.
C'est pourquoi, il nous a paru utile de rappeler les règles d'obtention du certificat fiscal, document indispensable pour immatriculer les véhicules importés d'un Etat membre de la Communauté européenne.
Nous nous en tiendrons aux dispositions applicables aux entreprises et professionnels assujettis à la TVA.
Rappelons tout d'abord que la loi de finances de 1998 ainsi que le décret du 11 mars 1999 ont modifié les articles 242 du Code général des impôts, complétant ainsi le dispositif relatif aux acquisitions intracommunautaires de moyens de transport.
Ces mesures sont destinées à garantir le respect des obligations fiscales qui incombent aux assujettis et personnes morales non assujettis identifiés à la TVA et réalisant des acquisitions intracommunautaires de véhicules neufs ou d'occasion en provenance d'un Etat membre de la CEE .
En tout premier lieu et afin de présenter les documents indispensable à la délivrance de la carte grise du véhicule importé, l'acquéreur doit se présenter au centre des impôts dans le ressort duquel est situé son principal établissement ou son siège social pour y faire viser le certificat fiscal N° 1993 VT.
Les pièces à produire sont les suivantes :
- L'original ou une copie de la facture,
- Une copie du certificat d'immatriculation délivré à l'étranger s'il s'agit d'un véhicule d'occasion.

Le certificat fiscal n'est en principe visé qu'au moment où la taxe due au titre de l'opération est effectivement mentionnée sur la déclaration de chiffre d'affaires.
Mais par dérogation, ce document peut être visé par anticipation, dès la réalisation de l'acquisition et avant le dépôt de la déclaration périodique pour les demandeurs qui auront :
- Soit présenté une **caution solvable** solidaire agréée par l'administration,
- Soit obtenu de l'administration une **dispense de caution.**

Visa anticipé et fourniture d'une caution

Le demandeur doit se présenter à la recette des impôts, muni de son acte de cautionnement.
Il appartient alors au receveur d'apprécier la validité de la caution proposée en privilégiant toutefois les cautions bancaires.C'est également à lui qu'il revient de contrôler la régularité formelle de l'acte de cautionnement.
Précisons que la caution est calculée sur le montant de l'acquisition intracommunautaire, prix d'achat hors taxe.
Cependant et dans le cas où la caution couvre plusieurs opérations au cours d'un trimestre ou d'une année, le montant de la caution est alors fonction :
- soit du montant moyen de TVA afférentes aux différentes acquisitions (sur la base des certificats visés antérieurement),
- soit à partir des factures proforma des opérations effectuées au cours de la période couverte par le cautionnement.

La caution s'apure dès lors que les acquisitions sont déclarées sur la déclaration de chiffre d'affaires.

Visa anticipé par dispense de caution

L'acquéreur doit solliciter cette dispense auprès des services fiscaux par lettre recommandée, dispense qui ne pourra être accordée que si les conditions suivantes sont réunies :
- L'entreprise est à jour dans le dépôt et le paiement de ses déclarations de TVA à la date de la demande,
- L'entreprise n'a fait l'objet d'aucun redressement portant sur la TVA ou taxes assimilées,
- Le demandeur doit présenter des garanties suffisantes de solvabilité, justifier de ses capacités financières mais aussi du respect de ses obligations déclaratives ainsi que de sa bonne moralité fiscale.

La décision de l'administration doit être notifiée dans un délai de 30 jours, l'absence de réponse vaut dans ce cas acceptation de dispense
Lorsqu'elle est accordée, la dispense est valable 3 mois, renouvelable par tacite reconduction.

Une dispense de certificat pour certains assujettis

Par ailleurs, une **dispense de certificat fiscal** peut être accordée lorsque l'obligation de faire viser ce certificat est de nature, par son caractère répétitif, à présenter une gêne importante pour le demandeur et lorsque celui-ci bénéficie déjà d'une dispense de caution.
A noter que cette dispense est réservée aux professionnels de l'automobile qui auront sollicité cette dispense auprès des services fiscaux territorialement compétents.
Jusqu'à l'obtention de cette dispense, l'acquéreur est toujours tenu de faire régulariser les certificats.
L'absence de réponse de l'administration dans un délai de 30 jours vaut alors rejet de la demande.
En cas de dispense de certificat fiscal, les bénéficiaires sont tenus :
- De porter sur le certificat de conformité la mention "dispense N° ... DSF "
- De tenir un état récapitulatif par année civile des véhicules dispensés de certificat, document comptable qui doit être tenu à la disposition de l'administration fiscale.

Il est important de signaler que ces dispositions annulent et remplacent celles de 1974 qui mettaient hors du champs d'application de la procédure du certificat fiscal les réseaux de distribution automobile qui n'immatriculaient pas les véhicules à leur nom.
Cette tolérance a disparu et la procédure issue des textes de 1999 est désormais applicable.
Ce dispositif n'est pas nouveau mais il semblerait que son application au sein de l'administration fiscale s'effectue progressivement et de façon plus ou moins stricte d'un service à un autre.
C'est la raison pour laquelle certains de nos adhérents ont pu s'étonner du récent changement dans la procédure, modifications issues de textes qui demandent à être compris et assimilés par tous.

Enfin, et concernant cette fois les acquisitions intracommunautaires effectuées par des personnes physiques non assujetties, la loi de finances de 1999 prévoit que la TVA relative à ces opérations soit acquittée par ces personnes directement auprès de l'administration fiscale, par chèque libellé à l'ordre du Trésor public, notamment lorsque le particulier a recours aux services d'un intermédiaire transparent.
Ainsi si un intermédiaire se présente pour acquitter la taxe au moyen d'un chèque non émis par le particulier, le receveur est en principe tenu de refuser le paiement et de différer le visa du certificat fiscal.
Le document peut malgré tout être visé mais uniquement si l'intermédiaire est en mesure de produire le contrat de mandat ou un document attestant du souhait de l'acquéreur de faire procéder au paiement de la TVA par un chèque du mandataire. ■

Références :
- Loi de finances 1998 N° 97-1269 du 31.12.97
- Article 298 sexies V bis du code général des impôts
- Décret N° 99-197 du 11.03.99
- Loi de finances 1999 N° 98-1266 du 30.12.98
- Instruction fiscale N° 3 L-1-99 du 03 août 1999

SOCIALE " LUNDI DE PENTECÔTE "

Au cours d'une conférence de presse du jeudi 6 novembre 2003, Jean-Pierre Raffarin a annoncé la création d'une nouvelle cotisation patronale accompagnée de la suppression d'un jour férié pour financer l'aide aux personnes dépendantes.

Pour le personnel de l'Etat et des institutions qui en dépendent, ce jour férié supprimé sera le lundi de Pentecôte. Il en sera de même pour les salariés du secteur privé, sauf si un accord de branche ou d'entreprise retient un autre jour (autre jour férié ou journée de réduction du temps de travail).
Toutefois étant donné que les modifications législatives rendues nécessaires par cette réforme ne pourront intervenir qu'au premier semestre 2004, le lundi de Pentecôte continuera à être férié en 2004. Sa suppression n'interviendrait qu'en 2005.
La suppression d'un jour férié a pour objectif de dégager une augmentation de 0,3 % de la production nationale. En contrepartie, une nouvelle cotisation patronale de 0,3 % de la masse salariale sera prélevée sur les employeurs privés et publics. Les sommes ainsi collectées seront affectées à la caisse nationale de solidarité (CNSA) qui constituera une nouvelle branche de la protection sociale.

Des points en suspens

Il est difficile de mesurer la portée réelle de la suppression du lundi de Pentecôte de la liste des jours fériés légaux, et plusieurs points restent en suspens :

- La cotisation de 0,3 % devra t-elle être versée par les entreprises qui, malgré la suppression d'une jour férié, n'auraient pas augmenté leur chiffre d'affaires ainsi que les entreprises qui ne pourraient pas supprimer un jour férié en raison des dispositions conventionnelle applicables ?
- La suppression d'un jour férié de la liste prévue par l'article L.221-1 du code du travail pourra-t-elle s'appliquer aux entreprises soumises à des dispositions conventionnelles fixant une liste des jours fériés incluant le lundi de Pentecôte ?

Pour qu'elle s'impose à tous, le gouvernement devrait donner à la suppression d'un jour férié le caractère d'ordre public.

En pratique, la suppression d'un jour férié aura pour incidence, dans les entreprises dont le temps de travail est annualisé, d'augmenter la durée annuelle du travail. Le plafond de 1 600 heures risque d'être dépassé et devra donner lieu à paiement d'heures supplémentaires. Pour éviter que les employeurs aient à payer ce surplus d'heures supplémentaires, il est prévu de modifier la durée légale annuelle du travail et de la faire passer de 1 600 heures à 1 607 heures. Toutefois pour que l'augmentation de la durée annuelle du temps de travail s'impose aux entreprises, la renégociation des accords collectifs de réduction du temps de travail sera nécessaire.

Pour que la suppression du lundi de Pentecôte comme jour férié s'impose aussi aux cadres en forfait jours, le législateur devra augmenter le nombre maximum de jours de travail prévu sur l'année de 217 jours à 218 jours. Cette augmentation des heures de travail nécessitera la modification des accords collectifs et des contrats de travail des salariés concernés. ■

LE DÉPART ANTICIPÉ À LA RETRAITE

Le départ anticipé à la retraite (avant 60 ans) est un point innovant de la loi du 21 août 2003 sur la réforme des retraites. Le décret d'application est paru le 30 octobre 2003, suivi le 18 novembre 2003 d'une circulaire volumineuse de la caisse nationale d'assurance vieillesse.

Ce dispositif réglementaire permet donc l'application effective de l'abaissement de l'âge de la retraite avant 60 ans à certains salariés ayant commencé à travailler jeunes et ayant eu une longue carrière.
Ces dispositions sont applicables au 1er janvier 2004.
Sont concernés non seulement les salariés du régime général ou du régime agricole mais aussi les artisans et commerçants, les exploitants agricoles, et les professions libérales.
Enfin, pour rendre totalement opérationnelle la réforme relative au départ anticipé à la retraite, les partenaires sociaux gestionnaires des régimes AGIRC et ARRCO ont signé un nouvel accord intégrant la réforme dans les régimes complémentaires de retraite des salariés.

Ainsi ceux qui remplissent les conditions prévues pourront faire liquider leur retraite de base et leur retraite complémentaire dès janvier 2004, sous réserve de respect des délais de préavis et des délais de gestion des dossiers par les caisses.
Cette possibilité de départ à la retraite avant 60 ans est soumise à des conditions liées à l'âge de début d'activité et à la durée d'assurance dont une partie doit nécessairement avoir donné lieu à cotisations sociales.

Ces conditions cumulatives sont fixées par trois nouveaux articles du code de la sécurité :

- L'article D.351-1-1, al. 1er du code de la sécurité sociale définit les conditions liées à la durée d'assurances ;
- L'article D.351-1-2 du code de la sécurité sociale définit, pour l'appréciation de la durée cotisée, les périodes réputées avoir donné lieu à cotisations. Parmi ces périodes, seront notamment prises en compte dans certaines limites, les périodes de service national et de perception d'indemnités journalières au titre de l'incapacité temporaire due à un accident de travail ;
- L'article D.351-1-3 du même code définit la condition d'âge de début d'activité.

Pour pouvoir profiter de cette mesure de départ anticipé à la retraite, le salarié doit remplir les trois conditions de manière cumulative (âge, durée de cotisation, durée d'assurance).

Exemple : *ainsi un salarié de 56 ans ayant commencé à travailler avant 16 ans, qui pourrait justifier de 42 années validées mais seulement de 160 trimestres de durée cotisée (il lui manque donc 8 trimestres cotisés), ne peut pas partir à 56 ans. En revanche, il le pourra à 58 ans car a priori il aura acquis 164 trimestres cotisés.* ■

Age de départ à la retraite	Age de début d'activité	Durée d'assurance	Dont durée cotisée
56 ans	Avant 16 ans	42 ans	42 ans (168 trimestres)
58 ans	Avant 16 ans	42 ans	41 ans (164 trimestres)
59 ans	Avant 17 ans	42 ans	40 ans (160 trimestres)

COMMERCIALE VICES CACHÉS : LES QUESTIONS QUE VOUS VOUS POSEZ

Mon client soutient que le véhicule acheté huit mois auparavant est affecté d'un vice caché alors qu'il a été vendu sans garantie.

Rappelons tout d'abord que la garantie légale des vices cachés ne peut jouer que si le problème qui affecte le véhicule est :
- occulte ou inconnu,
- antérieur au moment de la vente,
- d'une particulière gravité.

Il appartient alors à l'acheteur de prouver la réunion de ces trois conditions et d'intenter l'action pour vice caché dans un bref délai.
Pour la jurisprudence, le client doit introduire une action dans un délai raisonnable, six mois est généralement retenu à compter de la découverte du vice.
Certains pourraient croire s'exonérer de toute responsabilité en faisant apparaître sur les documents de vente d'un véhicule d'occasion, la mention suivante "vendu en l'état ou sans garantie". Il n'en est rien et si le véhicule est affecté de dysfonctionnements, ils doivent être portés à la connaissance de l'acquéreur, sur le bon de commande.

Comment fait-on la preuve de l'existence du vice caché ?

La preuve est rapportée par expertise, souvent nécessaire pour démontrer le vice caché à l'origine des pannes ou disfonctionnements qui atteignent un véhicule.
Il convient de trouver l'origine de la panne, de définir s'il s'agit d'un vice caché, de se prononcer sur l'usure normale ou anormale et de chiffrer approximativement le montant des réparations.
La preuve peut également résulter de factures ou d'échanges de correspondances.
A noter que l'acquéreur ne peut plus agir en garantie des vices cachés s'il a démonté le matériel défectueux ou s'il a fait réparer le véhicule sans avoir provoqué une expertise contradictoire.
D'une façon générale, les juges s'en remettent à l'appréciation de l'expert et reprennent les conclusions du rapport d'expertise pour fonder leur décision.
Une expertise amiable ne suffit pas toujours surtout si elle est réalisée en l'absence du vendeur.
Aussi et dans le cas d'une procédure judiciaire, le juge pourra nommer un expert judiciaire, dont les frais sont à la charge du demandeur et seront remboursés s'il obtient gain de cause.
Les experts peuvent tenir compte de circonstances variées comme la localisation géographique du véhicule (corrosion), mais ils ne peuvent pas toujours apporter une réponse catégorique sur l'origine du vice, antérieure ou non au contrat de vente.
C'est pourquoi, les Tribunaux tiennent compte du laps de temps qui s'est écoulé entre la vente et le jour où le vice s'est révélé à l'acheteur.
Ainsi plus l'utilisation du véhicule aura été importante depuis son acquisition moins l'on pourra considérer que le vice existait au moment de l'achat

Si le vendeur ignorait le vice, sa responsabilité peut-elle être engagée ?

OUI. Le vendeur est responsable des vices cachés, c'est-à-dire précisément ceux dont il ignorait l'existence. Un vice caché n'est pas forcément un vice dissimulé volontairement.
Cependant, le juge prendra en compte cet élément pour évaluer le préjudice subi par l'acheteur.
Précisons malgré tout que certains Tribunaux mettent en avant les compétences techniques du vendeur professionnel pour soutenir qu'il est censé connaître les vices affectant le véhicule.

Quelle est l'incidence de la remise d'un contrôle technique OK ?

Instauré dans le but d'informer l'acheteur sur l'état général du véhicule, tout défaut mentionné sur le rapport de contrôle technique, ne permet plus à l'acquéreur d'engager un action en vice caché puisque précisément, il a pris connaissance de ce vice lors de la transaction.
Il faut cependant nuancer cette affirmation car l'acheteur a très bien pu se méprendre sur la gravité du vice.
De plus, les contrôles sont effectués sans démontage et ne peuvent donner d'informations exactes sur l'état d'usure des organes essentiels du véhicule, comme le moteur ou la boîte de vitesse.

Quelles sont les conséquences de l'existence d'un vice caché ?

L'acquéreur a la choix entre :
- une action en résolution de la vente (action rédhibitoire) qui lui permet d'obtenir la restitution du prix contre remise du véhicule
- une action en réduction du prix (action estimatoire) c'est à dire garder le véhicule et se faire rendre une partie du prix.

S'il est établi que le vendeur connaissait le vice, l'acheteur pourra en outre demander le paiement de dommages et intérêts.

Références : Article 1641 du Code Civil : "Le vendeur est tenu de la garantie à raison des défauts cachés de la chose qui la rendent impropre à l'usage auquel on la destine, ou qui diminuent tellement cet usage, que l'acheteur ne l'aurait pas acquise, ou n'en aurait donné qu'un moindre prix, s'il les avait connus."

RAPPELS EN BREF

- Toute l'année 2003 a vu la juriste, les avocats, les Elus et les Permanents de notre Chambre syndicale travailler régulièrement sur le nouveau règlement automobile européen, et son application dans notre secteur d'activité. C'est dans ce cadre que la DICA a été amenée à se prononcer sur le contenu des **contrats de distribution et de réparation** qui ont été proposés au cours du dernier trimestre par nos fournisseurs. Bien entendu, nos adhérents continueront à être régulièrement informés de l'avancée des négociations qui ont commencé avec les constructeurs et dont le résultat conditionnera notre partenariat jusqu'en 2010 ;
- La nouvelle **classification professionnelle** de la Convention collective nationale du commerce des articles de sports et équipements de loisirs, avec son **complément véhicules de loisirs**, est entrée en application le 1er novembre 2003 ;
- A partir du 1er novembre également, un **contrat de location camping-car** a été proposé aux adhérents par l'intermédiaire de notre partenaire Standart Forms ; parallèlement, le modèle de **bon de commande** camping-car et caravane/mobil-home a été réactualisé ;
- Le résultat de l'étude de l'Afpa sur les besoins en formations et en qualifications dans la distribution de VDL, réalisée au cours de l'année 2003, a été remis aux partenaires sociaux le 12 novembre dernier ; il préconise notamment la création d'un **Contrat de Qualification Professionnelle** "préparateur-réparateur" de VDL et en définit le référentiel métier ; restera à en prévoir en 2004 les conditions de réalisation.

REPÈRES ET CHIFFRES CLÉS

SMIC horaire (1) : **7,19 €**

SMIC mensuel (1) :
Base 35 heures
151,67 h : **1 090,51 €**
Base 39 heures
169 h : **1 215,11 €**
Plafond mensuel de la Sécurité sociale (2) : **2 476 €**

1) Depuis le 1er juillet 2003
2) Depuis le 1er janvier 2004

EURO : les taux de conversion définitifs de 7 monnaies nationales de l'union monétaire

	1 euro =
France	6,55957 1 Franc
Allemagne	1,95583 mark 1 DM = 3,35 F
Belgique	40,3399 fr belges 100 FBL = 16,26 F
Espagne	166,386 pesetas 100 ESP = 3,94 F
Portugal	200,482 escudos 100 PTE = 3,27 F
Italie	1 936,27 lires 1000 ITL = 3,38 F
Pays-Bas	2,20371 florins 1 NLG = 2,95 F

Source : Banque de France

COTISATIONS SUR SALAIRES BRUTS

Charges sur salaires bruts	Base (1)	Part salariale	Part patronale
CSG non déductible et CRDS	95 % du brut	2,90 %	
CSG déductible	95 % du brut	5,10 %	
Sécurité sociale			
■ Assurance maladie	Brut	0,75 %	12,80 %
■ Assurance vieillesse plafonnée	tranche A	6,55 %	8,20 %
■ Assurance vieillesse déplafonnée	Brut	–	1,60 %
■ Assurance veuvage	Brut	0,10 %	–
■ Allocations familiales	Brut	–	5,40 %
■ Accident du travail	Brut	–	% variable (2)
Cotisation logement (FNAL)			
■ Tous employeurs	tranche A	–	0,10 %
■ Plus de 9 salariés	Brut	–	0,40 %
Assurance chômage	tranche A+B	2,40 %	4,00 %
A.G.F.F.	tranche A	0,80 %	1,20 %
	tranche B	0,90 %	1,30 %
Fonds de garantie des salaires (AGS)	tranche A+B	–	**0,45 %**
APEC	tranche B	0,024 %	0,036 %
Retraites complémentaires			
■ Non Cadres (ARRCO) minimum	tranche 1	3,00 %	4,50 %
	tranche 2	6,00 %	9,00 %
■ Cadres	tranche A	3,00 %	4,50 %
■ Cadres (AGIRC) minimum	tranche B	7,50 %	12,50 %
■ Cadres supérieurs	tranche C	7,50 %	12,50 %
CET	tranche A+B+C	0,13 %	0,22 %
Prévoyance AG2R			
■ Non Cadres	Brut	0,245 %	0,245 %
■ Cadres	tranche A	–	1,50 %

1) **Tranche A :** dans la limite du plafond mensuel de la Sécurité sociale - **Tranche B :** de 1 à 4 fois le plafond de la Sécurité sociale - **Tranche C :** de 4 à 8 fois le plafond de la Sécurité sociale. **Tranche 2 :** de 1 à 3 fois le plafond de la Sécurité sociale. Pour les entreprises "nouvelles" au 01/01/97 part salariale 8 % et part patronale 12 %. 2) Selon le code NAF de l'entreprise.

GRILLE DES SALAIRES applicable au 1er JANVIER 2004

Entreprises à 39 heures

	MINIMA CONVENTIONNELS	
Coeff.	Salaires mensuels	SMIC mensuel pour 169 h
130	1215,11	1215,11
140	1225,25	
150	1233,70	
160	1257,36	
170	1279,33	
175	**1301,30**	
180	1326,65	
185	1348,62	
190	1365,52	
200	1416,22	
220	1446,64	
240	1514,24	
250	1566,63	
280	1706,90	
290	1759,29	
320	1894,49	
350	2038,14	
380	2183,48	
390	2230,80	
420	2377,83	
450	2523,17	
500	2763,15	
550	3040,31	
600	3315,78	

Entreprises à 35 heures

	MINIMA CONVENTIONNELS		SMIC ET GARANTIES MENSUELLES DE RÉMUNÉRATION					
				RTT effectuée entre le				
Coeff.	Taux horaire au 01/01/2004	Mensuel équivalent 35 h	SMIC mensuel pour 151,67 h	15/06/98 et le 30/06/99	01/07/99 et le 30/06/00	01/07/00 et le 30/06/01	01/07/01 et le 30/06/02	à partir du 01/07/02
130	7,19	1090,51	1090,51	1136,15	1145,54	1158,62	1168,16	1172,74
140	7,25	1099,61						
150	7,30	1107,19						
160	7,44	1128,42						
170	7,57	1148,14						
175	**7,70**	**1167,86**						
180	7,85	1190,61						
185	7,98	1210,33						
190	8,08	1225,49						
200	8,39	1272,51						
220	8,92	1352,90						
240	9,32	1413,56						
250	9,63	1460,58						
280	10,46	1586,47						
290	10,77	1633,49						
320	11,57	1754,82						
350	12,42	1883,74						
380	13,28	2014,18						
390	13,56	2056,65						
420	14,43	2188,60						
450	15,29	2319,03						
500	16,71	2534,41						
550	18,35	2783,14						
600	19,98	3030,37						

Les grilles de GRA (Garanties de Rémunération Annuelles) pour 2003 ont été publiées dans le n° 122 de La Tribune et peuvent être consultées sur notre site internet www.la-dica.com

VACANCES SCOLAIRES 2004

	ZONE A	ZONE B	ZONE C
Hiver	Du samedi 7 février au lundi 23 février 2004	Du samedi 21 février au lundi 8 mars 2004	Du samedi 14 février au lundi 1er mars 2004
Printemps	Du samedi 3 avril au lundi 19 avril 2004	Du samedi 17 avril au lundi 13 mai 2004	Du samedi 10 avril au lundi 26 avril 2004
Fin des classes	Samedi 30 juin 2004		

A noter : le départ en vacances a lieu après la classe, la reprise des cours le matin des jours indiqués. Lorsque le départ en vacances a lieu un mercredi ou un samedi, pour les élèves qui n'ont pas classe ce jour-là, les vacances commencent après la classe, respectivement du mardi ou du vendredi.
Zone A : Caen, Clermont-Ferrand, Grenoble, Lyon, Montpellier, Metz-Nancy, Nantes, Rennes, Toulouse.
Zone B : Aix-Marseille, Amiens, Besançon, Dijon, Lille, Limoges, Nice, Orléans-Tours, Poitiers, Reims, Rouen, Strasbourg.
Zone C : Bordeaux, Créteil, Paris, Versailles.

Evasions mexicaines

Si près du plus puissant pays du monde, où les véhicules de loisirs se comptent par millions, le Mexique offre un contraste saisissant entre la richesse de son histoire millénaire et un désir affirmé d'entrer de plein pied dans le 21ème siècle, notamment dans le domaine du tourisme de plein air. C'est sur la terre des civilisations pré-colombiennes Mayas et Aztèques que s'est déroulé, du 24 novembre au 6 décembre dernier, le traditionnel voyage annuel de la Dica.

Qui n'a pas rêvé de fouler au moins une fois dans sa vie, la terre mexicaine ?
Une trentaine de distributeurs, participant à la toute dernière édition du voyage professionnel organisé par la Chambre syndicale, a eu cette chance.
Après une arrivée à Mexico en début de soirée, le groupe a embarqué pour Acapulco, célèbre station balnéaire du Pacifique. Basés sur la découverte des richesses touristiques des pays visités, les voyages organisés par la Dica ont avant tout une dimension professionnelle. C'est pourquoi la première visite au Mexique a concerné un camping d'Acapulco, membre de la chaîne américaine Koa. Si les mexicains sont encore assez peu nombreux à pratiquer le camping-car, la clientèle américaine toute proche fréquente le site et les 120 emplacements disponibles abritent des motorhomes des célèbres constructeurs Fleetwood ou Winnebagoo. La clientèle autochtone est pourtant bien présente mais elle se contente généralement de dormir sous la tente…
Après cette virée, retour vers la ville avec certes, les joies de la plage mais aussi la découverte d'un centre-ville non dénué de charme, notamment dans le quartier du Zocalo. En soirée, les professionnels de la distribution ont été particulièrement impressionnés par la démonstration offerte par les jeunes plongeurs de La Quebrada qui plongent dans la baie du haut d'une falaise de 35 mètres !
L'apéritif pris sur place (offert par le magazine *Le Monde du camping-car*) a tout naturellement pris une dimension toute particulière, dans ce cadre impressionnant …

Sur la route des Mayas

Le lendemain, le groupe a embarqué pour Mexico, avec une halte à Tequesquitengo, village typique situé en bordure de lac, au cœur d'une belle végétation tropicale. La visite d'une hacienda d'époque coloniale a enthousiasmé tous les participants, avant une arrivée dans la capitale mexicaine. La visite du centre-ville et des principaux monuments (Palais National, Templo Mayor) non dénuée d'intérêt a précédé un départ très attendu : la découverte des grands sites archéologiques de Teotihuacan, avec la balade inoubliable sur

Camping, usine automobile, et loueur de camping-cars...

Quasiment tous les aspects de la profession du véhicule de loisirs ont été abordés durant ce voyage en terres mexicaines. D'abord le camping avec la visite du Playa Luces près d'Acapulco, un beau terrain, membre de la chaîne américaine KOA et qui propose pas moins de 120 emplacements pour camping-cars. Ensuite, avec l'usine du groupe Volkswagen, la plus importante du genre et qui emploie plus de 15 000 personnes. Toujours dans le secteur du véhicule, mais du côté de la distribution cette fois, c'est à une concession Nissan que s'est intéressé le groupe de distributeurs français. Le responsable de l'entreprise a su présenter en détail la situation de la distribution automobile au Mexique et notamment les taux de crédit exceptionnels (entre 1 et 3 %).
Enfin, la rencontre avec le seul loueur de camping-cars implanté dans le pays a vivement suscité l'intérêt. Louant des modèles américains, il travaille activement avec Internet et livre ses véhicules directement devant les hôtels de sa clientèle. Le coût de la location est d'environ 150 dollars /jour.

Un indien signe un bon de commande avec son empreinte digitale.

Des moyens de transport variés !

Une partie du groupe devant la pyramide de Kukulcan.

Ci-dessus, le site de Teotihuacan vu du haut de la pyramide de la Lune.

Ci-contre, rencontres avec une procession et... avec les plongeurs d'Acapulco

la Chaussée des Morts, les pyramides et bien sûr le fameux temple de Quetzalcoatl, "le serpent à plumes", symbole emblématique de la civilisation Aztèque.

Transition assurée pour le centre d'intérêt suivant qui nous renvoie à la civilisation moderne. L'usine Volkswagen de Puebla, la plus importante du genre au Mexique, qui emploie 15 000 salariés et produit 1 300 véhicules par jour et plus de 2 000 moteurs. Si l'accueil fut de grande qualité, cette visite a vraiment passionné tous les participants et les questions posées à nos interlocuteurs professionnels furent particulièrement nombreuses. La force de ces voyages Dica s'est vérifiée tout particulièrement ce jour-là, en proposant en quelques heures un contraste étonnant entre la visite de sites culturels de premier ordre et de véritables "portes ouvertes" au sein d'une usine qui n'accepte pas souvent la visite de groupes. Enrichissante au possible, cette quatrième journée s'est conclue dans la capitale par une pause nocturne bien méritée, avant de découvrir la région du Chiapas...

Plein les yeux...

C'est en avion que le groupe a été acheminé à Tuxtla Gutierrez, la capitale de l'état du Chiapas. Un autre Mexique, fait de paysages vierges et d'habitants indiens accueillants, les attendaient : promenade en barque à moteur dans un canyon offrant une vue incroyable sur de magnifiques gorges de pierres dont les falaises atteignent mille mètres de haut, déjeuner de spécialités avec animation Marimbas, visite de villages authentiques, le programme de cette journée ne put faire que des heureux. Au sixième jour, notre trentaine d'aventuriers est partie à la découverte du centre historique de San Cristobal et de ses habitants indiens. Ici, ce sont de véritables cartes postales qui s'offrent aux yeux des visiteurs avec ces femmes qui portent leurs enfants attachés dans le dos par une simple étoffe colorée, tandis que le marché indien propose dans des couleurs chatoyantes tous ces produits venus des villages avoisinants (fruits, légumes, fleurs et plantes médicinales).
"Plein les yeux", voilà ce qui résume au mieux la suite du programme, avec la visite d'un village typique où l'on fabrique de très belles poteries, puis des habitants en costume traditionnel, avec notamment des chapeaux de paille ornés de rubans multicolores... et portés par les hommes !
Le lendemain, la nature est toujours au cœur du programme, avec

En haut, à gauche, la baie d'Acapulco.
Ci-dessus, entrée de l'hacienda Vista Hermosa.

A gauche, les cascades d'Agua Azul

Ci-dessous, les célèbres mariachis

un circuit qui traverse des villages mayas puis une plantation de café et enfin des cascades baptisées à juste titre "Agua Azul" et qui constituent indubitablement l'une des beautés naturelles du Mexique.
Les quatre journées suivantes, ponctuées de visites professionnelles, comme la découverte d'une succursale Nissan à Palenque ou d'un loueur de camping-cars à Cancun, ont surtout permis aux participants de faire une véritable plongée au cœur des civilisations pré-colombiennes. La visite du site archéologique de Palenque, grand site Maya et son Temple du Soleil cher à Hergé, celle grandiose d'Uxmal avec la pyramide du Devin ou encore bien entendu le site de Chichen Itza, le plus connu de tous. Qui pourra oublier de sitôt la pyramide de Kukulcan ou l'immense temple des mille colonnes, ou encore le Temple des Guerriers ?
Pour finir ce voyage en beauté, le groupe s'est installé à Cancun, également appelée la Perle des Caraïbes, pour une très belle soirée sous la houlette de notre partenaire Viaxel : soirée privatisée sur la plage, orchestre, bonne humeur générale et remise de cadeaux, décidément chez Viaxel, on connaît la musique et l'on sait faire plaisir !
Bravo à Daniel Andrasik, directeur régional sud-ouest pour sa présence durant ce voyage mais aussi la dynamique qu'il a su insuffler au quotidien.

Une fois encore, au-delà d'un programme alléchant, le traditionnel voyage professionnel Dica a prouvé que les distributeurs savaient également profiter du dépaysement procuré par les voyages pour échanger, dialoguer et réfléchir à l'avenir de leur métier. Du côté des surprises, ils n'ont pas été déçus cette année avec, pêle-mêle, un petit déjeuner dans un village indien, un pique-nique "très classe" au bord d'une rivière, une promenade en bateau avec "arrosage naturel", la visite d'un couvent suivi d'une procession, la baignade à la carte dans les eaux du Pacifique puis de l'Atlantique. Enfin, les visites à caractère professionnel n'avaient peut-être jamais été aussi diversifiées comme le rappelle notre encadré ci-joint.
Le prochain voyage, parraîné par Finalion, devrait avoir lieu en Nouvelle-Zélande, une terre où le véhicule de loisirs est également présent. C'est en tout cas, à l'issue du voyage 2003, le choix plébiscité par la majorité des participants. ●

Daniel Andrasik (Viaxel)

Un partenaire pour mieux gérer

Si l'informatique est aujourd'hui présente dans la plupart des entreprises, chaque métier a besoin d'un outil adapté à sa profession. C'est dans cet esprit que le Groupe Everlog a mis au point une structure d'équipement complète pour mieux gérer et optimiser les résultats des concessionnaires de véhicules de loisirs. Rencontre avec Christophe Lahitte, directeur général de ce prestataire de services très spécialisé et particulièrement performant.

Everlog est né en 1995 de la rencontre de deux hommes entreprenants dont le désir était de créer leur propre société. Eric Thébault, aujourd'hui PDG du Groupe, était auparavant directeur financier d'un important éditeur de logiciels de gestion appliqués aux entreprises du bâtiment et des travaux publics. Quant à Christophe Lahitte, diplomé d'un DESS en gestion et comptabilité, il a fait ses premières armes dans le milieu bancaire avant de prendre la direction informatique et comptable d'une PME forte de 280 personnes. Puis en 1985, il accède au poste de directeur commercial dans une société de services informatiques spécialisée dans l'équipement des concessionnaires de machines agricoles. Forts de leur formation et de leur expérience, les deux hommes ont l'opportunité de racheter les droits d'un logiciel belge particulièrement innovant au milieu des années 90. Ce produit se trouve être l'un des tout premiers logiciels de gestion, disponible en Europe, entièrement réalisé en mode graphique sous Windows, alors que la concurrence propose à cette époque des outils en mode caractère, généralement sous Unix. Eric Thébault et Christophe Lahitte créent alors le Groupe Everlog pour développer et adapter ce logiciel d'avant-garde aux métiers de la distribution automobile. L'entreprise démarre alors avec peu de moyens financiers et un effectif de quatre personnes, qui vont travailler d'arrache pied. C'est ainsi que naît "Wincar" un outil destiné aux concessionnaires automobiles. Le marché est porteur et les volumes envisageables permettent de financer l'ensemble des études de mise au point de ce logiciel très élaboré. Il suffit ensuite d'adapter le produit aux professions satellites de l'automobile. Nos deux chefs d'entreprises vont donc développer dans la foulée "Winagri" pour les professionnels distribuant du matériel agricole, puis "Winbike" pour les concessionnaires de motocycles, "Winsea" pour les vendeurs de bateaux, "Wingreen" pour le monde de la motoculture et enfin "Winsun" destiné aux revendeurs de véhicules de loisirs. C'est donc en s'appuyant sur le secteur automobile, que le Groupe Everlog a pu élaborer une offre pour d'autres métiers ayant une problématique assez similaire, mais où les volumes sont évidemment plus modestes et qui n'auraient pas pu supporter l'étude et le développement d'un logiciel pour leur seule profession. D'ailleurs, par cette politique astucieuse, l'entreprise compte aujourd'hui plus de 600 clients, tous secteurs confondus, sur l'ensemble de la France. Ce qui tend à prouver évidemment l'efficacité de leurs différents produits.

Des services très élaborés

Mais pour être complet et performant au regard de leurs clients, c'est en fait sur quatre axes que s'est développé le Groupe Everlog. D'un coté le DMS (Dealer Management System) adapté aux métiers des concessionnaires des activités autos, motos, camping-cars, bateaux et motoculture. De l'autre, le CRM pour gérer la relation client avec une méthodologie informatique sûre. Ensuite, la société propose la conception de sites Internet interactifs à forte valeur ajoutée, via le Web. Enfin, Everlog assure une infrastructure réseau et la distribution de matériel de type IBM, HP ou autres. Toutes ces activités disposent d'un cadre juridique distinct, mais sont regroupées sous l'égide du Groupe Everlog. *"En multipliant notre offre et en l'étendant à toutes les professions du "roulant"* déclare Christophe Lahitte, *le Groupe Everlog a augmenté son potentiel de réalisations tout en assurant la pérennité de ses produits. Un marketing adapté par activité ainsi qu'une approche globale du secteur des concessionnaires, confèrent à notre société une moindre dépendance à l'égard des marchés."*

Une offre adaptée aux concessionnaires

"Notre métier, reprend Christophe Lahitte, *consiste à détecter les projets et à en améliorer les process de mise en œuvre et de fonctionnement dans l'entreprise. Notre rôle vise à permettre à nos clients de mieux gérer pour améliorer la rentabilité de leurs structures et faire ainsi progresser les résultats."*
Il est évident que si de nombreux logiciels de gestion sont actuellement disponibles sur le marché, Everlog procure l'avantage de proposer un produit cadrant très précisément

avec l'activité de la profession. Tout est pris en compte : stock de pièces détachées, accessoires, atelier, camping-cars neufs et d'occasion, facturation, traitement des commandes, relation clients et fournisseur, suivi du SAV, etc. Le logiciel Winsun est paramétré pour répondre à tous les problèmes et apporter des solutions fiables. Christophe Lahitte intervient comme un véritable chef de projets. Sa première préoccupation est de s'intégrer dans l'environnement de l'entreprise, pour ne pas bouleverser mais adapter les procédures. *"Notre métier consiste à identifier le besoin spécifique de chacun des concessionnaires avec lesquels nous entrons en contact*, souligne Christophe Lahitte. *Ensuite, notre tâche est celle d'un chef d'orchestre et nous nous chargeons de « tout mettre en musique ». Pour ce faire nous offrons un cadre très structuré avec des commerciaux de terrain, relayés par des chefs de projets qui élaborent avec le client la méthode la plus adaptée pour répondre à ses besoins. De surcroît, nous assurons un suivi avec la formation des utilisateurs à qui nous offrons la possibilité de joindre notre plateforme « Hot line » en cas de difficulté. D'ailleurs ce service est en mesure d'effectuer des prises en main à distance, via Internet, de façon à dépanner nos clients en temps réel.*

En optant pour une solution informatique de ce type, nos clients concessionnaires peuvent avoir accès à tout moment depuis leur poste de travail à une situation globale de l'entreprise. Ils peuvent éditer des tableaux de bords pour connaître leurs stocks, avoir un état de trésorerie, connaître la charge exacte de leur atelier, établir un compte prévisionnel dans un secteur donné, gérer leurs achats, etc. L'adaptabilité du logiciel permet d'obtenir des informations sélectives et précises pour optimiser la gestion de l'entreprise au jour le jour afin de lui permettre de rester toujours plus compétitive sur des marchés qui doivent faire face aujourd'hui à une très forte concurrence."

Développement

En outre, le logiciel n'est pas figé et est amené à évoluer pour apporter de nouvelles solutions. A ce propos, en collaboration avec la DICA, Everlog a développé un système baptisé "Xpert-Motors" destiné, moyennant un simple abonnement, à permettre aux concessionnaires adhérents d'accéder par le Web à un référencement unique incluant la marque, le modèle, la collection, la définition technique et l'équipement de tous les camping-cars commercialisés en France sur les cinq dernières années. Ce service permettra concrètement un gain de temps pour créer, dans le système d'information de la concession, la nomenclature précise d'un véhicule neuf ou d'occasion. Ce dispositif fournira un descriptif technique de tous les camping-cars et tendra à harmoniser la profession sur la définition des produits. Bien évidemment, cette prestation, qui sera mise en service au deuxième trimestre 2004, sera reliée à la cote officielle de la DICA. Par ailleurs, une base de données unique à destination des réseaux sera prochainement mise en ligne. Elle comportera des nomenclatures de pièces détachées et des catalogues d'accessoires commercialisés par le réseau.

> **"Notre métier consiste à identifier le besoin spécifique de chacun des concessionnaires avec lesquels nous entrons en contact."**

Winsun est donc, pour l'heure, l'unique logiciel présent sur le marché qui a été pensé et étudié pour la profession. Il peut, entre autres, gérer la notion de porteur et de cellule d'un camping-car qui est une problématique très spécifique. Mais le Groupe Everlog s'attache également à entretenir une écoute personnalisée de l'ensemble des acteurs de la profession : constructeurs, importateurs, groupes de distribution et concessionnaires afin de rester parfaitement réactifs et d'évoluer pour mieux servir ses clients, mais aussi les aider dans leur développement. En devenant partenaire du Groupe Everlog, c'est l'assurance pour les concessionnaires de profiter pleinement d'une réelle veille technologique sur leur profession. ●

LA FICHE

Groupe EVERLOG
280, avenue du Médoc
33320 Eysines
Tél. : 05 56 16 10 46
Fax : 05 56 16 10 49
Internet : www.everlog.com

Structure : SARL
Capital social : 465 000 Euros
Chiffres d'affaire : 38 millions d'euros
PDG : Eric Thébault
Directeur général : Christophe Lahitte
Effectif : 130 collaborateurs
Activités : Conception et ventes de logiciels, conception de sites Internet et distribution de matériel informatique
Relais régionaux : Bordeaux, Toulouse, Aix-en-Provence, Mulhouse et Paris

IRM
" Nous souhaitons voir se développer notre réseau de distribution "

Le fabricant vendéen des Résidences Mobiles IRM confirme sa position de leader avec une production qui représente aujourd'hui le tiers du marché français. Son PDG Jean Tessier, qui avait préparé son départ en 1999, est revenu en urgence en 2001 pour remédier à la baisse des ventes. Aujourd'hui, il confie sa société à Patrick Mahé et affirme plus que jamais la nécessité de développer le réseau de distribution.

La Tribune : IRM va entamer sa onzième année d'existence et vous allez bientôt confier les rênes de votre entreprise à votre bras droit, Patrick Mahé. Quel bilan faites-vous de toutes ces années passées ?

Jean Tessier : Le bilan est simple : nous sommes et restons le N°1 des fabricants français de mobil-homes avec une production de 7 200 résidences mobiles en 2003 et un chiffre d'affaires de 90 millions d'euros. Cela représente une progression de plus de 25 % en volume et une augmentation du CA de 38 % par rapport à l'année précédente. Cela dit, nous devons faire face à une concurrence française qui s'est beaucoup développée ces dernières années.

L. T. : Vous avez pourtant connu quelques difficultés en 2001 ?

J.T. : J'avais l'intention en 1999 de laisser la main et j'ai vendu la majorité des parts de la société à un fond de pensions anglais qui s'appelle 3i. Ces financiers ont mis un couple de directeurs à la tête d'IRM qui ont commis des erreurs de stratégie importantes. Les ventes se sont essoufflées. J'étais au conseil de surveillance et j'ai convaincu notre actionnaire de changer de directeur. Je suis revenu en juillet 2001 et j'ai appelé Patrick Mahé au poste de Directeur Général. Il prendra ma place dans quelques semaines...

L. T. : Quelles sont vos prévisions en terme de production pour 2004 ?

J.T. : Nous prévoyons de sortir entre 8 500 et 9 000 unités sur l'ensemble de nos quatre usines, sachant que 80 % de notre production concernent les produits dits "locatifs" destinés aux professionnels et aux tour-opérateurs, les 20 % restant concernant les "résidentiels" purs destinés aux particuliers. Par ailleurs, environ 20 % de nos volumes globaux sont à destination d'une clientèle étrangère.

L. T. : Quelle place donnez-vous au marché étranger ?

J.T. : Nous avons ouvert une usine à Lesquin dans le nord de la France en septembre 2002 pour justement nous rapprocher des marchés Britannique, Belge et Néerlandais et réduire ainsi les coût de transport qui peuvent représenter jusqu'à 20 % du prix d'achat. C'est un créneau qui démarre normalement avec pour le moment une production d'environ 1 000 unités, sachant que l'usine a la capacité d'en produire le triple. Le développement de l'axe export est prioritaire pour nous aujourd'hui.

L. T. : Comment se compose votre réseau de distribution ?

J.T. : Nous avons une couverture nationale avec 14 représentants qui assurent la commercialisation auprès des professionnels de l'hôtellerie de plein air. Par ailleurs, nous faisons appel depuis 10 ans à des distributeurs indépendants qui se partagent le marché des particuliers. Ils ont pour rôle de proposer les produits IRM et d'assurer le SAV. Dans certaines régions comme le Nord, la pointe Bretonne et la Corse, nous avons des distributeurs qui travaillent à 100 % avec nous.

L. T. : Ces distributeurs ont donc une connaissance toute particulière de vos produits... ?

J.T. : Nous avons un bureau d'études avec lequel nous organisons des réunions auxquelles participent tous nos interlocuteurs : distributeurs, propriétaires de campings et particuliers. Non seulement ils découvrent notre savoir-faire, mais ils nous apportent beaucoup grâce à leurs remarques. Même les personnes de l'entretien se joignent à nos discussions. Nous avons également un bureau de recherches et de développement qui se consacre uniquement à la création. Ces deux bureaux occupent quinze personnes en permanence.

L. T. : Vous disiez que vos distributeurs doivent assurer le Service Après Vente. De quels moyens disposent-ils ?

J.T. : Tous nos distributeurs sont régulièrement formés dans nos usines. Ils savent donc réagir au

moindre problème. Et pour permettre des interventions rapides, nous avons décentralisé le SAV. Aujourd'hui nous avons des équipes à Lille, à Luçon et à Beaucaire qui reçoivent régulièrement les approvisionnements nécessaires. Du fait de notre expérience, nous savons à quel point la phase du transport provoque des dégâts sur les mobil-homes. Ils sont en effet portés sur les camions, grutés, tractés, stockés…

L. T. : Cherchez-vous de nouveaux distributeurs ?
J.T. : On souhaite en effet voir se développer notre réseau de distribution et nous cherchons à travailler avec les meilleurs. Pour l'instant, notre réseau actuel offre 70 points de ventes aux produits IRM sur toute la France.

L. T. : Comment s'organise le transport de vos produits ?
J.T. : Nous avons créé en 1990 notre propre société de transports, "J and J ", qui est basée à Luçon en Vendée. Elle comprend 16 camions qui assurent le transport de 40 % de notre production. Le reste est pris en charge par des prestataires extérieurs.

L. T. : Quelle solution proposez-vous pour la reprise des anciens mobil-homes ?
J.T. : Nous ne reprenons pas les anciens mobil-homes, ce n'est pas notre métier. Il faudrait que ce créneau soit pris en charge par des sociétés qui se spécialisent dans ce domaine.

L. T. : Ce problème est pourtant un sujet qui préoccupe beaucoup les professionnels…
J.T. : Nous ne sommes pas encore tout à fait dans un marché de renouvellement des mobil-homes, mais plutôt dans un marché d'équipement qui devrait encore durer 5 ou 6 ans. C'est pour cette raison que les constructeurs commencent dès maintenant à se préoccuper de la reprise des mobil-homes et de leur recyclage. Il n'est pas trop tard, au contraire ! Nous avons d'ailleurs encore remarqué une progression de 10 % du marché français en 2003. L'hébergement locatif a tout l'avenir devant lui…

IRM en chiffres

- **4** usines de fabrication :
  2 à Luçon en Vendée,
  1 à Beaucaire (Gard),
  1 à Lesquin (Nord).
- **7 200** résidences mobiles créées en 2003.
- **90** millions d'euros de chiffre d'affaires pour l'exercice de sept 2002 à août 2003.
- **650** salariés au total (intérimaires compris).
- **14** représentants intégrés à IRM pour la commercialisation des modèles " locatifs ".
- **70** points de vente du réseau de distribution présentent les produits IRM.

Jean Tessier et Patrick Mahé (à gauche)

Alden academy
MultiSat® 65 manuelle
Orbiter® 85
OneSat® 45
../.. nous vous simplifions la vie ../..
5 bonnes raisons d'adopter les antennes ALDEN :
1. Les antennes manuelles ou automatiques ALDEN sont simples à installer. En version MultiSat® manuelle, l'antenne est livrée pré-montée. Percer le passage, enfiler c'est déjà terminé. Jusqu'à 90 minutes de gagné au montage. En version automatique, une unité extérieure et un démodulateur, c'est tout ! Juste un câble coaxial et une prise RJ45 à brancher ! Les installations sont à la portée de tous, même sans connaissances précises.
2. Les antennes ALDEN ont le meilleur rapport qualité/prix du marché. Elles autorisent des marges confortables. De plus, ce sont techniquement les plus évoluées : elles sont prêtes pour le futur.
3. Grâce à une communication soutenue, le produit est demandé par les consommateurs, donc facile à vendre.
4. La Publicité sur Lieu de Vente qui accompagne les antennes ALDEN est gratuite. Vous aussi pouvez, grâce à notre «Corner System» être spécialiste de l'antenne.
L'ORBITER 65 A LES FAVEURS DU PUBLIC
5. Un Service Après-Vente rapide et compétent et une assistance téléphonique disponible sont nos préoccupations quotidiennes. En cas de panne relevant de la garantie, un échange standard est effectué par retour. Pas de temps d'attente pour la remise en état d'un produit.
Quand tout devient simple... c'est ALDEN
ALDEN - Z.A. du Hairy - 67230 HUTTENHEIM

CARAVANES

(au 1er décembre 2003)

Mois de novembre	**541**
Cumul saison depuis 1/9	**1 625**

En baisse de 8,4 % depuis le début de la saison, le marché de la caravane enregistre un revers de 5,2 % en novembre, avec 541 caravanes immatriculées contre 571 pour le même mois de 2002. C'est assurément nettement moins catastrophique qu'en octobre mais la tendance reste malheureusement à la baisse. Peu d'espoir de voir à court terme une reprise franche...

CAMPING-CARS

Immat. camping-cars neufs

(au 01/12/2003)

Mois de novembre	**605**
Cumul année depuis 1/1	**16 570**
Cumul 12 derniers mois	**17 372**

Sans vouloir se montrer pessimiste, il semble désormais clair pour certains observateurs qu'après une période de croissance très forte, le marché du camping-car va connaître une période plus calme. Ce qui ne sous-entend pas forcément que le marché va poursuivre la baisse entamée en novembre (–1,8 %) mais qu'il va plutôt prendre une courbe moins ascendante. D'ailleurs, si l'on analyse le cumul des ventes sur les 12 derniers mois, on observe que l'on fait du "sur place" depuis plus d'un trimestre. Avec 17 372 immatriculations, on a atteint ce mois-ci le chiffre le plus élevé jamais connu mais ce même cumul indiquait les mois précédents des valeurs extrêmement proches, ce qui prouve bien que l'activité marque le pas depuis l'été. Ces dernières semaines se sont montrées assez calmes chez la plupart des distributeurs – ce qui est classique à la veille des fêtes de fin d'année – et il sera probablement difficile de franchir rapidement le seuil des 18 000 immats en 2004.

EN HAUSSE - EN BAISSE

+9,4 %
(immats camping-cars, cumul 12 derniers mois)

– 8,4 %
(immats caravanes, cumul saison)

LE CHIFFRE DU MOIS

17 372

C'est le cumul des immatriculations de camping-cars neufs, durant les 12 derniers mois. (valeur au 1/12/03)

Immat. camping-cars occas.

(au 1/12/2003)

Mois de novembre	**1 794**
Cumul saison depuis 1/1	**25 035**
Cumul 12 derniers mois	**26 823**

La progression du marché de l'occasion est régulière : 25 035 véhicules ont changé de propriétaires sur les onze premiers mois de l'année 2003 contre 22 094 pour la même période de 2002, soit une hausse de près de 9 %. Sur les douze derniers mois, le nombre des immatriculations a atteint 26 823 unités. Près de 75 % des ventes de camping-cars neufs sont réalisées moyennant une reprise, ce qui traduit l'importance du renouvellement sur le secteur. La demande en matériel à prix modique reste forte et lorsque les reprises sont effectuées dans de bonnes conditions, ce marché demeure une opportunité de premier choix pour un concessionnaire.

La Tribune
Magazine d'informations professionnelles de la DICA
Directeur de la publication : Pascal Arnoud
pascal.arnoud@la-dica.com
La DICA - Parc Innolin - 10, bis rue du Golf
33700 Mérignac
Tél : 05 57 29 17 17 - Fax : 05 57 29 18 73
Impression : Imprimerie du Bac